

Luciano Cheles, Lucio Sponza, eds, The Art of Persuasion: Political Communication in Italy from 1945 to the 1990s

Albertazzi, Daniele

License:

Creative Commons: Attribution (CC BY)

Document Version

Publisher's PDF, also known as Version of record

Citation for published version (Harvard):

Albertazzi, D 2002, 'Luciano Cheles, Lucio Sponza, eds, The Art of Persuasion: Political Communication in Italy from 1945 to the 1990s', *Questions de communication*, vol. 1, no. 2.

<<http://questionsdecommunication.revues.org/?lang=en>>

[Link to publication on Research at Birmingham portal](#)

General rights

Unless a licence is specified above, all rights (including copyright and moral rights) in this document are retained by the authors and/or the copyright holders. The express permission of the copyright holder must be obtained for any use of this material other than for purposes permitted by law.

- Users may freely distribute the URL that is used to identify this publication.
- Users may download and/or print one copy of the publication from the University of Birmingham research portal for the purpose of private study or non-commercial research.
- User may use extracts from the document in line with the concept of 'fair dealing' under the Copyright, Designs and Patents Act 1988 (?)
- Users may not further distribute the material nor use it for the purposes of commercial gain.

Where a licence is displayed above, please note the terms and conditions of the licence govern your use of this document.

When citing, please reference the published version.

Take down policy

While the University of Birmingham exercises care and attention in making items available there are rare occasions when an item has been uploaded in error or has been deemed to be commercially or otherwise sensitive.

If you believe that this is the case for this document, please contact UBIRA@lists.bham.ac.uk providing details and we will remove access to the work immediately and investigate.

Daniele Albertazzi

**Luciano CHELES, Lucio SPONZA, eds,
*The Art of Persuasion: Political
Communication in Italy from 1945 to
the 1990s***

Manchester and New York, Manchester University
Press, 2001, 448 p.

Avertissement

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

revues.org

Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le Cléo, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

Référence électronique

Daniele Albertazzi, « Luciano CHELES, Lucio SPONZA, eds, *The Art of Persuasion: Political Communication in Italy from 1945 to the 1990s* », *Questions de communication* [En ligne], 2 | 2002, mis en ligne le 23 juillet 2013, consulté le 07 mai 2015. URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/7285>

Éditeur : Presses universitaires de Nancy

<http://questionsdecommunication.revues.org>

<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne sur :

<http://questionsdecommunication.revues.org/7285>

Document généré automatiquement le 07 mai 2015. La pagination ne correspond pas à la pagination de l'édition papier.

Tous droits réservés

Daniele Albertazzi

Luciano CHELES, Lucio SPONZA, eds, *The Art of Persuasion: Political Communication in Italy from 1945 to the 1990s*

Manchester and New York, Manchester University Press, 2001, 448 p.

- 1 Dans cette collection de textes, rédigés par une équipe pluridisciplinaire, les éditeurs se sont donnés la tâche, nécessaire et ambitieuse, d'analyser les moyens variés par lesquels la communication politique a été pratiquée dans l'Italie contemporaine. Dans une première partie, sont étudiées les formes de persuasion dans le cinéma et la publicité politique ; dans une deuxième, on prend comme thème la communication dans les organisations, tels les mouvements sociaux et les groupuscules dits « terroristes ».
- 2 L'ouvrage commence par une analyse détaillée de la propagande du plan Marshall, ce qui présente les thèmes dominants de la vie politique italienne pendant la période de l'après-guerre : l'opposition des Démocrates Chrétiens et du Parti Communiste Italien (PCI), l'influence fondamentale des USA et l'impossibilité d'une alternance entre le centre et la gauche, dans un pays qui était, en fait, une sorte de protectorat américain. Ce thème est développé par l'étude des actualités cinématographiques gouvernementales et des films de propagande du PCI. Les deux chapitres se concentrent sur les années cinquante, avec une discussion utile de films rarement commentés, tels *Togliatti é tornato* et *Modena, città dell'Emilia rossa*. On explique le triomphalisme agaçant du PCI, et le manque surprenant de représentations des agitations sociales de l'époque, en citant la volonté du PCI de calmer et de libérer l'opinion publique des doutes, des phobies et de la panique (p. 81), étant donné le soi-disant risque posé par la gauche à la démocratie : ce qui est devenu, par la suite et pendant plusieurs décennies, une préoccupation centrale de la propagande du PCI. Une société divisée par l'axe centre/gauche se profile également dans l'analyse perspicace de la communication politique informelle, telle qu'elle se pratique au cours des discussions et des interactions dans les rues et les places d'un village toscan, pendant les années soixante-dix. Tirant profit de « l'observation participante » (surtout l'attention aux détails), tout en ayant conscience des limites de la méthode (fiabilité et généralisation), ce chapitre se concentre sur la façon dont les jugements, commentaires et pratiques ordinaires des gens « indiquaient clairement leur engagement politique et focalisaient des revendications rivales au sujet de la vérité des différentes idéologies politiques » (p. 90). Cette section fournit encore au lecteur non-italien une représentation précieuse des stratégies communicationnelles pratiquées par les adhérents des différents partis, et un aperçu de la profondeur des clivages dans la vie quotidienne, due à l'opposition des idéologies, et pas seulement pendant les années soixante-dix. Les chapitres suivants sont consacrés à une analyse de la presse italienne, des posters politiques, du langage politique et de la soi-disant mort de l'incompréhensible « politichese ».
- 3 La deuxième partie reprend la typologie ironique faite par Umberto Eco, en 1977, des « assemblée » (meetings politiques) devenues mythiques, autant qu'une description des tours pratiqués pour les déséquilibrer, essai spirituel et amusant quoique peut-être mieux assorti aux pages de *L'Espresso* – journal autrefois renommé, mais actuellement discrédité, où l'essai fut d'abord publié –, qu'aux pages d'un livre autrement détaillé et rigoureux. Ce chapitre est suivi par des analyses de la satire politique et de la mode comme forme de communication politique. Après avoir donné une représentation riche des stratégies et moyens de la propagande de l'Italie post-fasciste, sortie divisée de la Seconde Guerre mondiale, l'ouvrage présente une analyse de la spectacularisation de la vie politique de la nation – processus qui est devenu très visible depuis 1983 – et de l'utilisation croissante de l'image par les leaders des partis. Le thème de la spectacularisation est au centre de l'analyse stimulante des posters politiques de Chelles, et se retrouve de nouveau dans les analyses de Pezzini (la publicité politique), et de Pozzato (l'apparence physique des hommes politiques).

- 4 On se demande néanmoins pourquoi il manque une analyse des dernières trois années du siècle passé, moment où la personnalisation de la vie politique a atteint un niveau sans précédent, au fur et à mesure que la lutte entre la gauche et la droite s'abaissait à une guerre de personnalités. Il suffit de se souvenir de l'insistance de Bossi sur des surnoms servant à définir son ennemi de l'époque, Berlusconi. Certes, il est impossible qu'un tel livre épuise toutes les questions pertinentes, et les éditeurs l'avouent franchement (p. 13). Pourtant, l'ouvrage comporte des omissions frappantes. En premier lieu, on prête très peu d'attention à la propagande de la *Lega Nord*, mouvement auquel est attribué le décès de la Première République, autant qu'un renouveau révolutionnaire de la communication politique. Manque, en particulier, une analyse approfondie de son style révolutionnaire de communication – carence difficilement compréhensible, étant donné que l'un des essais les plus intéressants, celui de Chelas au sujet des posters politiques, se consacre à un médium presque réinventé par la *Lega*. On remarque aussi l'absence d'une analyse approfondie de la rhétorique des communiqués des Brigades Rouges (le parti armé communiste qui est récemment réapparu de façon suspecte). Certes, le texte de Moss, *La persuasion par la violence : la terreur et ses textes*, est consacré à la violence droitiste et gauchiste des années soixante-dix et considère les attentats et les assassinats politiques comme des rituels communiquant des significations ; néanmoins, l'analyse des documents et des communiqués des Brigades Rouges et des autres organisations n'est qu'exprimée.
- 5 Au total, écrit de façon accessible, riche en illustrations et pourvu d'une chronologie des événements politiques et sociaux des années 1945-1998, ce livre d'une grande envergure est certainement un apport essentiel pour ceux qui étudient la propagande politique européenne.

Référence(s) :

Luciano CHELES, Lucio SPONZA, eds, *The Art of Persuasion: Political Communication in Italy from 1945 to the 1990s*. Manchester and New York, Manchester University Press, 2001, 448 p.

Pour citer cet article

Référence électronique

Daniele Albertazzi, « Luciano CHELES, Lucio SPONZA, eds, *The Art of Persuasion: Political Communication in Italy from 1945 to the 1990s* », *Questions de communication* [En ligne], 2 | 2002, mis en ligne le 23 juillet 2013, consulté le 07 mai 2015. URL : <http://questionsdecommunication.revues.org/7285>

À propos de l'auteur

Daniele Albertazzi

Canterbury Christ Church University College

Droits d'auteur

Tous droits réservés
